

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin modern memberikan banyak kemudahan bagi manusia dalam memenuhi kebutuhannya, khususnya kebutuhan informasi. Saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa informasi menjadi pilar yang penting dalam kehidupan manusia untuk menambah pengetahuan mereka. Dengan demikian, hal itu dapat menjadi faktor perubahan dari masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern. Kehadiran media baru seperti Internet juga dapat mengubah pola pikir dan cara hidup mereka. Internet lahir pada 1983 dan berkembang pesat mulai 1991 sejak diciptakannya teknologi World Wide Web (www) oleh Tim Berners-Lee dari CERN. Internet dapat menempatkan seseorang di tempat yang berbeda dan pada waktu yang bersamaan, sehingga seseorang akan lebih mudah untuk berkomunikasi dan bertatap muka dengan orang lain sekalipun berada di negara yang berbeda.

Internet tergolong hal baru dalam kehidupan manusia, akan tetapi Internet dapat dengan cepat menjadi bagian penting dalam kehidupan mereka. Kemudahan teknologi dan aplikasi-aplikasi yang ditawarkan menjadi faktor Internet dapat dengan cepat diterima di masyarakat. Dengan demikian, tidak heran jika saat ini Internet menjadi media favorit bagi manusia dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Mereka dapat dengan cepat mengakses data dan informasi melalui Internet, bahkan mereka sampai bergantung pada Internet. Fenomena

ketergantungan dan kegilaan ini sering disebut orang Amerika dengan istilah *dotcom society*, yang berarti segala sesuatu dapat diperoleh melalui Internet. Ada beberapa inovasi fitur mendasar dari Internet yang membedakannya dengan media yang terdahulu dan membutuhkan cara berpikir yang baru pula. Fitur-fitur itu merupakan lingkup yang sangat luas dan untuk konsultasi serta pencarian informasinya dapat dilakukan berdasarkan keinginan penggunanya.

Internet juga memiliki keunggulan lain, diantaranya dapat dijadikan sebagai wadah untuk menampung pendapat dan opini bagi khalayak. Jurgen Habermas menyebutnya dengan konsep ruang publik, yang dapat merepresentasikan aspek kehidupan sosial secara langsung dan didasarkan pada pendapat umum. Kemunculan media cetak menjadi awal mula lahirnya konsep ini, dan yang lebih umum lagi surat kabar menyumbang pada yang dituliskan pertama kali sekitar tahun 1750 dalam bahasa Perancis, dalam bahasa Inggris tahun 1781, dan terakhir pada tahun 1793 dalam bahasa Jerman.

Lahirnya konsep ruang publik merupakan hasil penegasan dari generasi yang terakhir. Habermas menyatakan bahwa abad ke-18 merupakan suatu periode penting bagi timbulnya argumentasi yang rasional dan kritis dan dikemukakan dalam sebuah ruang publik yang bersifat borjuis liberal serta berprinsip pada keterbukaan partisipasi setiap orang (Oetama, 2006:88). Dalam bukunya yang berjudul “The Structural Transformation of The Public Sphere” (1989:27), Jurgen Habermas mendefinisikan ruang publik sebagai berikut:

“a public sphere is a place where the manifestations of action occur and become the source of information dissemination. The public sphere also provides

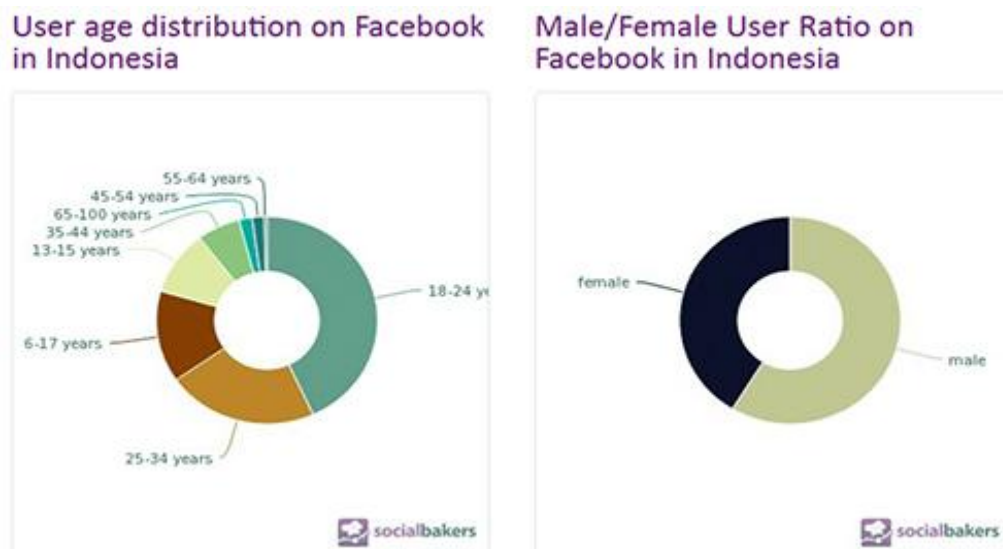
“a way of thinking about media not just as an extension of either the state or the corporate sphere, but as a political force in its own right.”

Ruang publik disebut sebagai sebuah tempat yang dimanifestasikan berdasarkan aksi yang terjadi dan menjadi sumber informasi yang disebarluaskan. Ruang publik juga menyediakan mengenai cara berpikir dari sebuah media yang tidak hanya sebagai perluasan kesatuan dari ruang perusahaan, tetapi juga sebagai kekuatan politik didalamnya.

Generasi baru dari konsep ruang publik dapat ditandai dengan adanya media online. Menurut Ashadi Siregar, media online merupakan bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia yang di dalamnya terdapat portal, website, radio-online, TV-online, pers-online, dan mail-online dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna memanfaatkannya (Kurniawan, 2005:20). Salah satu media online diantaranya adalah Facebook. Facebook tergolong dalam sebuah jejaring sosial online yang memungkinkan penggunanya untuk menciptakan pertemanan dan juga berbagai pesan, serta materi audiovisual yang disediakan untuk publik yang lebih luas (Mc Quail, 2011:G-9).

Nama Facebook diambil dari sebuah daftar profil anggota dari suatu komunitas kampus dari beberapa kampus di Amerika Serikat. Facebook merupakan situs web jejaring sosial yang diluncurkan pada tanggal 4 Februari 2004. Situs yang kini telah merambah dan menjamur di berbagai belahan dunia ini didirikan oleh Mark Elliot Zuckerberg, seorang mahasiswa lulusan ilmu komputer di Harvard University bersama dengan teman sekamarnya, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes. Kemudahan dalam mengoperasikan dan mengakses data melalui

Facebook menjadi faktor pesatnya situs ini berkembang. Situs comScore menyebutkan bahwa Facebook dapat mengungguli kompetitornya pada bulan April 2008. Selain itu, comScore juga melaporkan bahwa Facebook telah berhasil menjaring 132,1 juta pengunjung pada bulan Juni 2008, jika dibandingkan dengan MySpace yang hanya mampu merauk 117,6 juta pengunjung. Sementara itu, menurut Alexa peringkat situs ini mengalami perkembangan yang signifikan, yaitu dari peringkat 60 menjadi peringkat 7 dalam penilaian dari trafik atau lalu lintas akses diseluruh dunia, dari bulan September 2006 hingga September 2007 (Nugroho, 2009). Data di bawah ini menunjukkan tingginya pengguna Facebook di Indonesia pada bulan Januari hingga Maret 2013 berdasarkan segi umur penggunaanya.



Sumber : www.socialbakers.com

Gambar 1.1 : Presentasi tingginya pengguna Facebook di Indonesia pada bulan Januari hingga Maret 2013

Pantauan Social Bakers mencatat sampai bulan lalu, pengguna Facebook di Indonesia menduduki peringkat keempat di dunia. Dari daftar analisisnya, pengguna Facebook di Indonesia mencapai 51.515.480 orang. Peringkat pertama diduduki oleh Amerika Serikat, kedua Brazil dan yang ketiga adalah India. Pengguna Facebook di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan 6 bulan terakhir. Mereka yang berusia 18-24 tahun menduduki peringkat teratas sebagai pengguna Facebook di Indonesia, seperti halnya di negara-negara berkembang dan besar lainnya. Urutan kedua adalah pengguna yang berusia 25-34 tahun, dan diurutan ketiga adalah pengguna yang berusia antara 6-17 tahun. Berbeda dengan pencatatan secara global yang mengungkapkan bahwa pengguna wanita lebih besar dibanding pengguna laki-laki, pemilik *account* Facebook pria (59%) lebih banyak dibandingkan wanita yang hanya (41%).

Dengan adanya perkembangan Facebook seperti yang ditunjukkan data di atas, maka tak heran jika media jejaring sosial tersebut dapat semakin memperluas ruang publik. Pengaksesan informasi yang lebih besar dan cepat dapat diperoleh melalui Facebook yang secara tidak langsung dapat memimpin dalam peningkatan partisipasi politik atau keterlibatan khalayak yang semakin besar. Ruang publik memungkinkan khalayak dapat dengan mudah menyampaikan pendapat dan pikirannya yang akan dieksplorasi didalamnya. Cara berpikir manusia dalam kehidupan sehari-hari akan dikemas sedemikian rupa dalam ruang publik melalui Facebook. Salah satu organisasi atau gerakan yang memanfaatkan ruang publik dalam Facebook sebagai sarana penggerak khalayak untuk bertukar ide dan

pikiran adalah komunitas #IndonesiaTanpaJIL.

Komunitas #IndonesiaTanpaJIL adalah gerakan intelektual yang berpondasi pada tradisi keilmuan. Komunitas ini berawal dari sebuah *hashtag* di Twitter, hingga menjadi gerakan nasional yang mengakar. Bahkan ribuan pemuda menanggapi seruan #IndonesiaTanpaJIL, mulai dari Twitter hingga Facebook. Tidak kurang dari tiga ribu orang memberikan dukungannya. Pada hari pertama diserukannya komunitas ini di Facebook, jumlah *troops* yang tergabung di dalamnya berlipat menjadi 7.000 dihari kedua dan 10.000 dihari berikutnya. *Troops* merupakan anggota-anggota atau aktivis yang aktif pada *fan page* komunitas #IndonesiaTanpaJIL di Facebook. Akan tetapi, tak jarang ada pula *troll* yang juga tergabung pada komunitas ini. *Troll* merupakan pihak-pihak pengganggu yang mempunyai tujuan lain selain mewujudkan visi dan misi komunitas.

Komunitas ini juga tergolong cukup fenomenal dari awal didirikannya. Hal itu dikarenakan dari *hashtag* tersebut, kita dapat melihat bahwa sesuatu yang kontra dengan pemahaman yang dipopulerkan oleh Jaringan Islam Liberal (JIL) yang sangat bervariasi. Tidak heran jika pada akhirnya banyak aspirasi yang menyuarakan penolakan terhadap JIL, mulai dari aktivis dakwah sampai anak-anak yang masih dalam tahap proses belajar sekalipun. Kegiatan ini dapat dikatakan sebagai pekerjaan yang beproses dalam jangka waktu yang panjang. Untuk itu, komunitas #IndonesiaTanpaJIL di Facebook ini tidak hanya bertumpu pada slogan atau pun demo belaka.

Dari uraian di atas, yang kemudian menarik untuk diteliti oleh peneliti

adalah mengapa komunitas #IndonesiaTanpaJIL mampu menggerakkan banyak khalayak untuk bertukar ide dan pikiran hanya melalui Facebook tanpa di *blow up* oleh media massa lainnya, sehingga saat ini komunitas ini menjadi gerakan yang massif.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai pedoman penelitiannya. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan peneliti berjudul “Interaktivitas Pada Facebook Prabowo Subianto”, dengan menggunakan pendekatan studi kasus, yang disusun oleh Setia Budi Nugroho (D0204112), Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UNS 2009. Pokok permasalahan yang diteliti terkait judul tersebut adalah bagaimana Prabowo Subianto menggunakan Facebook sebagai interaktivitas dan media untuk berkampanye politik. Selain itu, peneliti juga menggunakan Disertasi sebagai penelitian terdahulu kedua yang digunakan sebagai pedoman penelitiannya.

Adapun tesis yang digunakan peneliti berjudul “New Media and Civic Engagement through Virtual Public Sphere”, dengan menggunakan pendekatan studi kasus yang disusun oleh saudara Ivan Atmanagara (109007437), University of Leicester. Penelitian tersebut berfokus pada bagaimana media baru dapat membentuk kegiatan kebersamaan dan gerakan sosial yang dapat mempengaruhi publik. Dalam hal ini, contoh kasus yang digunakan adalah kasus Prita dan Bibit Chandra. Kedua kasus tersebut dapat menarik perhatian publik dan membentuk kegiatan sosial serta ruang publik melalui media baru yang digunakan.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini peneliti berfokus pada ruang publik virtual dengan obyek penelitian pada *fan page*

komunitas #IndonesiaTanpaJIL di Facebook. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menjawab pertanyaan seputar bagaimana.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan oleh peneliti adalah penelitian sebagai berikut :

Bagaimana ruang publik virtual yang terbentuk pada *fan page* komunitas #IndonesiaTanpaJIL di Facebook dari tahun 2012-2013?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana ruang publik virtual yang terbentuk pada *fan page* komunitas #IndonesiaTanpaJIL di Facebook dari tahun 2012-2013.

D. Manfaat

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan yang berkenaan dengan penelitian studi kasus, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan Facebook sebagai sarana untuk membentuk ruang publik virtual.
2. Keterangan-keterangan yang didapatkan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap upaya perencanaan, perumusan dan implementasi bagi penelitian serupa dikemudian hari.

E. Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi Massa

Komunikasi menjadi pilar yang penting dalam kehidupan sosial manusia. Komunikasi seringkali menentukan bentuk dan proses interaksi yang terjadi di lingkungan sosial, seperti halnya dengan komunikasi yang terjadi melalui media massa atau yang sering disebut dengan komunikasi massa. Awal mula konsep komunikasi massa diciptakan pada tahun 1920 atau 1930, yang berfungsi untuk penerapan pada kemungkinan publik yang muncul dari pers, radio dan film. Media-media ini dapat memperbesar dan memperluas khalayak potensial dan melampaui minoritas yang melek huruf. Makna awal dari komunikasi massa diambil sebagian besar dari gagasan orang sebagai “massa”, dan karakteristik media massa itu sendiri yang dipersepsikan sebagai ide komunikasi lainnya (Mc Quail, 2011:308).

Jay Black dan Frederick C. Whitney mengemukakan definisi komunikasi massa sebagai berikut :

Mass communication is a process whereby mass-produced message are transmitted to large, anonymous, and heterogeneous masses of receivers.

Atau dengan kata lain, komunikasi massa adalah sebuah proses di mana pesan-pesan diproduksi secara massa atau tidak sedikit, yang disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen. *Large* berarti lebih luas dari sekedar kumpulan orang yang

berdekatan secara fisik, sedangkan *anonymous* berarti bahwa individu yang menerima pesan cenderung menjadi asing satu sama lain atau tidak mengenal satu sama lain, dan *heterogenous* berarti bahwa pesan dikirim hanya kepada mereka yang berkepentingan.

Nabeel Jurdi menegaskan dalam bukunya *Readings in Mass Communication*, bahwa dalam komunikasi massa tidak ada tatap muka antar penerima pesan. Jadi dapat dikatakan bahwa antara komunikator dan komunikan terpisah oleh jarak dan ada kemungkinan mereka belum mengenal satu sama lain sebelumnya. Selain itu, komunikasi massa juga mempunyai fungsi dan peran bagi masyarakat. Harold D. Laswell membagi fungsi komunikasi massa menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

a. *Surveillance of the environment* (Fungsi pengawasan)

Komunikasi massa dapat memberikan informasi disekitar masyarakat. Informasi menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat untuk mengetahui fenomena yang terjadi disekitarnya. Dengan begitu, maka masyarakat dapat lebih memahami karakteristik lingkungan tempat tinggal mereka dan sekaligus lingkungan sekitarnya. Sebagai contohnya ketika seseorang ingin mengetahui informasi mengenai negara lain, mereka tidak perlu ke negara tersebut, melainkan dapat mengaksesnya melalui Internet. Internet sebagai saluran komunikasi massa mampu memberikan

informasi pada setiap kejadian yang ada di suatu negara dalam beberapa saat kepada masyarakat diseluruh dunia (*Global Village*).

b. *Correlation* (Fungsi korelasi)

Fungsi korelasi menitik beratkan pada media massa sebagai saluran utama dalam proses komunikasi massa mampu memberikan berbagai alternatif pilihan untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi oleh masyarakat (*problem solver*).

c. *Transmission* (Fungsi pewarisan sosial)

Fungsi yang ketiga adalah fungsi pewarisan sosial (*transmission*). Komunikasi massa dengan pesan-pesan dan informasi yang disampaikan harus mampu mensosialisasikan nilai-nilai tertentu kepada masyarakat.

Dari ketiga fungsi komunikasi massa menurut Harold D. Laswell yang telah disebutkan di atas tersebut, Charles Robert Wright menambahkan lagi satu fungsi komunikasi massa, yaitu fungsi *entertainment* (hiburan). Pada fungsi yang keempat ini, komunikasi massa dipercaya mampu memberikan pemenuhan hiburan bagi khalayaknya dengan dikontrol dan diawasi oleh para produsen (Hidayat, 2009:64).

Konsep komunikasi massa tidak dapat dipisahkan dengan media massa. Hal itu dikarenakan media massa menjadi sumber dan saluran utama, dimana pesan-pesan komunikasi massa dapat disampaikan

kepada khalayaknya. Bahkan Alexis S. Tan menyebutkan bahwa media massa merupakan komunikator dalam komunikasi massa, yang bekerja dengan menggunakan fasilitas lembaga atau organisasi (*institutionalized person*). Dalam hal ini, lembaga yang dimaksud adalah perusahaan surat kabar, stasiun radio, televisi, majalah, dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud *institutionalized person* adalah redaktur surat kabar yang melalui tajuk rencana menyatakan pendapatnya dengan fasilitas lembaga. Oleh karena itu, *institutionalized person* memiliki kelebihan dalam suara atau wibawa dibandingkan berbicara tanpa fasilitas lembaga.

McQuail (1987:153) menyebutkan ciri-ciri khusus institusi (lembaga) media massa sebagai berikut:

- a. Memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan dalam wujud informasi, pandangan, dan budaya.
- b. Menyediakan saluran untuk menghubungkan pihak satu dengan pihak lain, yaitu dari komunikator ke komunikan.
- c. Media menyelenggarakan sebagian besar kegiatannya dalam lingkungan publik, dan merupakan institusi yang terbuka bagi semua orang untuk peran serta sebagai penerima atau dalam kondisi tertentu sebagai pengirim. Institusi media juga mewakili kondisi publik, seperti yang tampak bilamana media massa menghadapi masalah yang berkaitan dengan pendapat publik (opini publik) dan

ikut berperan membentuknya (bukan masalah pribadi, pandangan ahli, atau penilaian ilmiah).

- d. Partisipasi anggota audien dalam institusi pada hakikatnya bersifat sukarela, tanpa adanya keharusan atau kewajiban sosial.
- e. Industri media dikaitkan dengan industri dan pasar karena kebergantungannya pada imbalan kerja, teknologi, dan kebutuhan pembiayaan.
- f. Meskipun institusi media itu sendiri tidak memiliki kekuasaan, namun institusi ini selalu berkaitan dengan kekuasaan negara karena adanya kesinambungan pemakaian media, mekanisme hukum, dan pandangan-pandangan menentukan yang berbeda antara negara yang satu dengan lainnya.

Dengan berbagai karakteristik yang telah dipaparkan di atas, media massa mempunyai peranan penting dalam menginformasikan dan mengarahkan opini publik. Opini publik merupakan pandangan kolektif dari bagian yang signifikan dan bersumber dari publik manapun. Konteks opini publik merujuk pada ‘opini yang memiliki informasi’ atau pandangan umum dari kelas sosial yang lebih berpendidikan dan anggota masyarakat yang ternama (Mc Quail, 2011:G-8).

Melalui media massa, opini publik dikemas dalam sebuah wadah yang disebut dengan ruang publik yang didasarkan pada aksi yang terjadi dan menjadi sumber informasi yang kemudian disebarluaskan.

2. Ruang Publik

Konsep ruang publik pertama kali dikonseptualisasikan oleh Jurgen Habermas pada tahun 1967-1974. Konsep ini mengacu pada keterwakilan kehidupan sosial masyarakat, yang mana opini publik dapat diekspresikan secara rasional melalui debat dan musyawarah umum. Ruang publik juga dapat disebut sebagai sebuah wadah dimana setiap kepentingan publik dapat terungkap secara jelas dan gamblang karena mereka memiliki akses yang sama untuk berpartisipasi di dalamnya. Setelah itu, mereka akan mendorong untuk memprioritaskan kepentingan bersama dan mencapai konsensus mengenai arah dan tujuan masyarakat untuk menemukan solusi bersama dalam mengatasi masalah-masalah yang mereka hadapi.

Ruang Publik hanya dapat mencapai fungsinya ketika telah tercipta situasi komunikasi yang Ideal. Situasi ideal yang dimaksud adalah keadaan di mana klaim-klaim yang diperdebatkan dapat dibicarakan dan diargumentasikan secara rasional. Dalam situasi ideal ini, kebenaran tidak menjadi objek dari kepentingan tersembunyi dan permainan, melainkan

muncul lewat argumentasi.

Tujuan akhir dari ruang publik ini adalah persetujuan umum dan pembuatan keputusan, meskipun keduanya sulit dicapai. Fungsi lain dari ruang publik adalah dapat dijadikan sebagai sebuah forum dengan konsep yang terpisah dengan publik, baik dari urusan publik maupun opini publik. Keunggulan dan kemampuan yang dimiliki ruang publik antara lain adalah dapat memfasilitasi opini publik dan musyawarah umum tanpa adanya hambatan dari urusan publik lainnya.

Menurut Habermas, opini publik hanya dapat dikemukakan ketika penalaran publik telah disyaratkan secara rasional dan dapat dibedakan dengan individu lain yang hanya mengungkapkan tentang urusan publik saja. Ruang publik telah difokuskan pada point-point yang keberadaan dan eksistensinya diragukan. Selain itu, ruang publik juga dipahami sebagai sebuah ruang kiasan yang berfungsi untuk menengahi urusan antara masyarakat dengan negara, yang mana dapat mengorganisir khalayaknya sebagai pembawa opini publik sesuai dengan prinsip ruang publik itu sendiri (Habermas, 1973:351).

Ruang publik juga bersifat demokratis pada setiap khalayak yang menyampaikan opini di dalamnya. Keterlibatan masyarakat dan nilai-nilai kesepakatan bersama serta media massa sebagai salurannya dinilai akan menciptakan demokrasi publik yang sehat.

Habermas menyoroti kemampuan pers atau media massa untuk menjadi sebuah ruang publik yang dapat menjalankan fungsinya. Media

massa yang bersifat informatif dan dengan jangkauannya yang luas akan mudah untuk langsung bersentuhan dengan ranah publik. Akan tetapi, Habermas mewaspadaikan bahwa keberadaan pers atau media massa tersebut tidak terlepas dari kepentingan privat yang menyelenggarakannya, dimana bisnis media yang terjadi karena perusahaan melakukan perluasan bisnis media baik pada media terkait maupun media yang tidak terkait.

Dengan munculnya media baru seperti Internet, peran media massa konvensional seperti televisi, majalah, dan surat kabar di dalam ruang publik yang demokratis tampak semakin problematik. Problematik tersebut dipicu oleh sejauh mana media massa mampu menjadi wadah bagi sikap kritis publik dalam memecahkan berbagai permasalahan yang berkaitan dengan kehidupan bersama di masyarakat. Internet juga mempunyai keunggulan lain yang belum dimiliki oleh media massa konvensional, yaitu dapat menyediakan informasi terbaru terkait kejadian yang terjadi diseluruh dunia dengan akses yang cepat. Keunggulan tersebut menjadi salah satu alternatif yang dapat mengalahkan media massa konvensional dan membuat konsep *gatekeeping* menjadi usang (Quandt dan Singer, dalam Mc Quail 2011:43).

Di negara-negara demokrasi modern, komunikasi dalam ruang publik dibagi menjadi dua aliran besar, yaitu komunikasi melalui media-media demokratis yang melibatkan proses komunikasi yang dimediasi komputer, dan aksi kebersamaan (*collective action*). Komunikasi yang dimediasi komputer juga dapat disebut sebagai komunikasi online, dimana

seseorang dapat melakukan komunikasi melalui ruang maya walaupun dipisahkan oleh jarak sekalipun.

3. Komunikasi Online

Salah satu keunikan yang dimiliki oleh Internet adalah komunikasi yang terjadi di dalamnya. Komunikasi tersebut sering disebut dengan istilah komunikasi online. Komunikasi online merupakan sebuah fitur percakapan personal yang terjadi di dunia maya. Lahirnya era teknologi yang semakin canggih menjadikan jarak yang jauh bukan lagi sebagai penghambat bagi seseorang untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan dengan orang-orang di belahan dunia sekalipun. Tidak jarang melalui komunikasi online akan menjadikan hubungan mereka dekat walaupun keduanya belum pernah bertemu dan bertatap muka secara langsung.

Dengan kata lain, komunikasi online dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi di dunia maya yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga setiap orang yang ingin berkomunikasi akan dengan mudah dapat menjalin hubungan dengan orang lain apapun motivasi dan tujuan mereka. Sebagian besar studi tentang komunikasi online di Internet mengkaji tentang bagaimana komunikasi online tersebut dapat dijadikan sebagai alat koneksi *superhighway* bagi perjalanan virtual, atau sebagai mode asosiasi yang memungkinkan komunitas virtual yang didefinisikan sebagai penghubung antar individu-individu yang memiliki kepentingan yang sama (Holmes, 2012:215).

Komunikasi online dapat terjadi melalui komputer sebagai pihak

penghantar seseorang atau kelompok yang melakukan komunikasi, atau sering disebut dengan istilah *Computer Mediated Communication (CMC)* (Dietz, Uhler dan Clark, 2001). CMC juga termasuk diskusi tatap muka, dimana seseorang yang melakukan diskusi yang dimediasi komputer akan merasa lebih senang dibandingkan diskusi tatap muka secara langsung.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh John Newhagen (Dalam Nugroho 2009:14) bahwa ada lima faktor penting pada CMC dapat membedakannya dengan komunikasi tatap muka secara langsung, yaitu sebagai berikut :

a. Packet Switching

Dengan packet switching yang berupa komunikasi teks, audio, video grafis dan animasi ini, maka CMC memungkinkan penggunaanya dapat dengan mudah mengirim pesan teks kepada pihak lain meskipun dipisahkan oleh jarak.

b. Sensor Appeal

Aplikasi ini memungkinkan penggunaanya dapat meningkatkan komunikasi yang bersifat multimodal, yaitu komunikasi dengan melibatkan berbagai unsur, seperti unsur perasaan dan daya tarik panca indera seseorang.

c. Interactivity

Interactivity ini mengacu pada interaktivitas yang terjadi pada CMC yang dapat memberikan komunikasi yang lebih reflektif dan responsif kepada para penggunaanya.

d. *Synchronicity*

Aplikasi yang selanjutnya ini memungkinkan penggunaanya untuk dapat menggunakan CMC secara fleksibel, yaitu pengguna yang terlibat pada CMC dapat berkomunikasi dengan mudah dan memberikan umpan balik secara cepat.

e. Komunikasi yang terjadi pada CMC bersifat non linear.

Karakteristik Web 2.0 yang dimiliki oleh Internet juga menjadi salah satu faktor yang mendorong seseorang dapat berkomunikasi dengan baik melalui CMC meskipun dipisahkan oleh jarak dan waktu, atau dapat disebut dengan istilah *Interractive Communication*. *Interractive Communication* dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang dapat menimbulkan komunikasi dua arah dan mempunyai kesamaan feedback. Sehingga dengan begitu, maka dapat dikatakan bahwa pesan yang dikirimkan oleh pengguna mempunyai kesamaan makna dengan yang diterima oleh penerima pesan. Web 2.0 dapat disebut sebagai generasi kedua dari layanan berbasis web yang dijalankan secara langsung oleh Internet sebagai platformnya.

Sebagai contohnya, saat ini Web 2.0 berkembang sangat pesat untuk penggunaan web pada berbagai pertemanan di dunia maya. Seperti halnya pada situs jejaring sosial Facebook, yang menyebabkan kehidupan sosial di dunia maya benar-benar dapat dirasakan. Selain itu, karakteristik yang dimiliki Web 2.0 antara lain adalah dapat memungkinkan pengguna Internet melihat konten suatu website tanpa harus mengetahui alamat situs

yang bersangkutan.

Dengan karakteristik yang dimiliki Web 2.0 dalam komunikasi online tersebut, tidak heran jika terdapat perbedaan antara CMC dengan komunikasi tatap muka secara langsung. Perbedaan itu antara lain adalah CMC lebih mampu memberikan ruang bagi kelompok untuk beropini secara bebas dan leluasa. Kebebasan dan keleluasaan mereka untuk beropini itu tidak lepas dari minimnya peran *gatekeeper* pada CMC. Selain itu, CMC juga dapat dijadikan sebagai ruang untuk membentuk sebuah tim yang dapat mengembangkan kreativitas dan inovasi.

4. Ruang Publik Virtual

Konsep virtual dapat juga disebut sebagai sesuatu yang nyata tapi tidak aktual. Nomina virtual berasal dari bahasa latin *virtus*, yang berarti kekuatan atau ketahanan. Pada masa abad pertengahan, *virtus* berubah menjadi *virtualis* dan dipahami sebagai kata “kebaikan”, seperti yang kita pahami saat ini. Dalam penggunaan lama, seseorang yang virtual adalah apa yang kita pahami dalam penggunaan yang lebih kontemporer sebagai seseorang yang memiliki kualitas lebih dibandingkan orang lain.

Proust berkomentar bahwa memori juga termasuk virtual, dimana di dalamnya terdapat hal yang nyata tanpa menjadi aktual, ideal tanpa menjadi abstrak, mimpi dan kenangan yang hidup mungkin dipersalahkan atas suatu pengalaman dimana salah satunya benar-benar hidup (Robshields, 2011:2&27).

Jika dilihat dari perkembangannya, saat ini virtual secara digital

telah mampu melampaui dunia Internet hingga berdampak dalam sendi-sendi kehidupan manusia yang didasarkan pada batas-batas dan kelemahan yang didasarkan pada pengalaman dan peristiwa nyata. Virtual dibayangkan sebagai ruang antara peserta, dasar umum pada penggunaan komputer yang tidak aktual dari segi lokasi atau titik koordinatnya, atau hal itu hanya sebatas abstraksi konseptual.

Seperti yang dikemukakan oleh Bogard bahwa konsep ruang virtual tidak dapat dikatakan berada di lokasi yang sama, seperti peserta lainnya. Akan tetapi, ruang virtual melibatkan modifikasi dari penempatan hubungan antar tempat-tempat yang berbeda, hubungan luar-dalam, dan secara khusus dari hilangnya keadaan luar, serta keterasingan sebagai bagian dari spasialisasi dan ikonografis baru interaksi sosial (Robshields, 2011:53).

Kelebihan ruang publik virtual diantaranya adalah hanya dapat dinikmati oleh beberapa orang terpilih yang mempunyai akses kesana, sehingga mereka dapat menyimpan ilusi dari sebuah ruang publik terbuka (Pavlik dkk, 1994). Habermas menyoroti ruang publik virtual dalam kaitannya dengan kehidupan demokrasi dan politik. Dalam hal ini, demokrasi dan politik yang dimaksud lebih menekankan pada intensitas keterlibatan masyarakat di dalam ruang publik virtual. Media online yang dijadikan sebagai ruang publik virtual dapat memungkinkan masyarakat untuk melakukan percakapan dan menyampaikan opininya yang dapat melampaui batas-batas geografis.

Ruang publik virtual juga memungkinkan anonimitas relatif dalam ekspresi pribadi, yang dapat menyebabkan opini publik diberdayakan dengan tanpa adanya hambatan. Ketiadaan hambatan-hambatan tersebut bukan tanpa alasan, melainkan dalam media online tidak terdapat *gatekeeper* seperti halnya dalam media massa konvensional lainnya. Akan tetapi, potensi perkembangan media online untuk komunikasi global tidak selalu menjamin bahwa orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda juga akan lebih memahami satu sama lain (Hill & Hughes, 1998).

Salah satu media online yang dapat digunakan sebagai ruang publik virtual adalah Facebook, dimana para penggunanya dapat menyampaikan pendapat dan opini mereka melalui situs jejaring sosial tersebut.

5. Facebook sebagai Media Ruang Publik Virtual

Facebook merupakan sebuah layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pertama kali pada bulan Februari 2004. Tercatat pada bulan Januari 2011, Facebook memiliki lebih dari 600 juta pengguna aktif. Para pengguna Facebook dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman dan bertukar ide atau pikiran. Selain itu, mereka juga dapat bergabung bersama grup pengguna lainnya dengan tujuan tertentu.

Facebook memiliki karakteristik dan keunggulan yang tidak dimiliki oleh media sejenis seperti twitter dan lainnya. Karakteristik dan keunggulan tersebut antara lain adalah Facebook memiliki fasilitas

chatting atau obrolan dengan proses pengiriman yang cepat (*real time*). Faktor-faktor inilah yang menjadi salah satu penyebab Facebook masih bisa bertahan sampai saat ini walaupun banyaknya gempuran media jejaring sosial yang terus berdatangan.

Sebagai media jejaring sosial yang banyak dinikmati oleh para penggunanya, Facebook memiliki berbagai fitur-fitur di dalamnya yang bahkan tidak dimiliki oleh jejaring sosial lainnya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Carolyn (dalam Nugroho, 2009 : 54), fitur-fitur tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

a. *Wall*

Wall merupakan sebuah fitur yang berupa ruang, dimana pengguna lain dapat melihat profil dan mengirimkan teks atau pesan kepada pengguna yang bersangkutan.

b. *Photo*

Fitur Facebook yang satu ini dapat memungkinkan penggunanya untuk menyimpan koleksi foto pribadinya, dan bahkan membuat album dengan tanpa batas (*unlimited*). Dengan begitu, maka pengguna lain dapat melihat dan memberikan komentar serta menyukai foto-foto tersebut.

c. *Info*

Pada halaman ini kita disuguhkan pada biodata dan profil pengguna Facebook, yang berisi data-data pribadi pengguna

d. *Note*

Note atau catatan Facebook hampir memiliki kesamaan dengan blog, dimana pengguna dapat menuliskan apa saja yang mereka kehendaki disini. Beberapa fasilitas yang terdapat dalam fitur ini antara lain adalah tag dan penambahan foto.

Selain menjadi media jejaring sosial, saat ini Facebook mempunyai fungsi lain, yaitu sebagai media promosi yang ampuh. Hal itu salah satunya dapat dicontohkan dengan adanya beberapa partai politik yang menggunakan jejaring sosial tersebut untuk mempromosikan partainya, dan bahkan mempromosikan calon-calonnya untuk menduduki orang nomor satu di negaranya. Contoh yang paling baru adalah pengaruh Facebook terhadap terpilihnya presiden Amerika Serikat, Barrack Obama. Tokoh yang saat ini menjadi orang nomor satu di Negara adidaya tersebut menggunakan Facebook sebagai media kampanye politiknya.

Sebagaimana yang dikemukakan Norris (2000), yang membahas banyak bukti yang menunjukkan bahwa keterlibatan dengan politik demokrasi secara terus-menerus dikaitkan dengan perhatian yang besar kepada media massa. Sementara itu, Bennet dan Iyengar (2008) mengutip bahwa kampanye presidensial yang dilakukan oleh Obama melalui Facebook itu sebagai bukti bahwa terdapat banyak kehidupan dalam lembaga lama.

Studi yang lebih detail dan terperinci adalah terkait peliputan politik di Negara Belgia saat pemilihan umum. Studi tersebut

membandingkan logika media dengan logika partai politik yang menunjukkan tidak adanya bukti dari yang pertama mengalahkan yang kedua. Hal ini adalah pengingat akan seberapa banyak ketergantungan terhadap waktu, tempat, dan kondisi jika berhubungan dengan komunikasi (Mc Quail, 2011:294).

Di negara Indonesia, partai politik yang menggunakan Facebook sebagai media kampanye politik adalah partai Gerindra. Prabowo Subianto selaku Ketua Dewan Pembina partai yang berlambangkan kepala burung garuda ini mengatakan bahwa partai Gerindra akan mengubah pola kampanye politiknya pada 2014 dengan cara menggencarkan sosialisasi politik melalui jejaring sosial Facebook (<http://www.aktual.co>, diakses pada 9/5/2013, 19.00 WIB).

Menurut Bentivegna, kita hanya akan dapat mengidentifikasi kontribusi teknologi informasi dan komunikasi yang baru kepada politik jika kita mengonseptualisasikan kembali gagasan-gagasan mengenai politik dan meninggalkan wilayah politik tradisional. Dalam contoh kasus lain, misalnya dalam pengaturan demonstrasi di Spanyol setelah serangan bom Islam, Facebook telah digunakan untuk menggerakkan orang-orang yang dianggap memungkinkan pengungkapan ide mengenai kewarganegaraan yang sejalan sebagai bentuk ‘demokrasi atas hak’ (Schudson, Dalam Mc Quail 2011:296).

Dari berbagai karakteristik Facebook dan contoh yang telah dipaparkan di atas, secara umum Facebook dapat digunakan bukan hanya untuk menambah pertemanan atau sebagai profil penggunanya saja. Akan tetapi Facebook juga dapat digunakan untuk membentuk ruang publik virtual yang hanya dapat dinikmati oleh orang-orang yang mempunyai akses kesana saja.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Peneliti menempatkan jenis penelitian ini sebagai penelitian deskriptif kualitatif yang memfokuskan penelitian bukan hanya dari kajian teori yang digunakan saja, melainkan dihubungkan dengan fenomena atau peristiwa yang terjadi di lapangan. Dengan jenis penelitian ini, fenomena atau peristiwa yang terjadi di lapangan akan diamati dan kemudian dipaparkan untuk mengetahui hasil kealaman sumber data yang diperoleh.

Data-data kualitatif yang akan digunakan dalam penelitian ini bersumber dari proses pengolahan data secara primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui proses wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh melalui penelusuran-penelusuran dokumentasi terkait objek penelitian.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Bogdan dan Taylor (1975 : 5), bahwa data-data deskriptif kualitatif dapat berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang dapat diamati, dimana orang-orang atau kelompok yang ditempatkan sebagai objek penelitian dipandang sebagai suatu keutuhan (Moleong, 2004 : 4).

2. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. Hal yang melatarbelakangi penggunaan pendekatan ini adalah tingkat kebaruan dari objek yang diteliti dan penelaahan atas peristiwa yang terjadi. Dalam penggunaannya, peneliti deskriptif kualitatif harus mampu memusatkan perhatian mereka pada aspek pendesainan dan penyelenggaraan dengan tujuan agar lebih mampu menghadapi kritik-kritik tradisional tertentu terhadap metode atau tipe pilihannya.

Kirk dan Miller (Dalam Moleong, 2004:4) mendefinisikan bahwa penelitian dengan jenis metode ini merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental didasarkan dari hasil pengamatan pada manusia atau kelompok dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan dijadikan oleh peneliti adalah *fan page* komunitas #IndonesiaTanpaJIL di Facebook dari tahun 2012-2013.

4. Jenis Data

Adapun jenis data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

- Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung di lapangan.
- Data Sekunder, yaitu data kepustakaan atau data yang diperoleh secara tidak langsung di lapangan, melainkan dapat melalui arsip atau penelusuran dokumen terkait penelitian tersebut.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Wawancara

Dalam penelitian deskriptif kualitatif, wawancara menjadi salah satu sumber informasi yang sangat penting. Kesimpulan semacam ini memang cukup terdengar mengejutkan karena adanya asosiasi yang telah terbiasa antara wawancara dan metodologi survei. Walaupun demikian, wawancara memang merupakan sumber informasi yang esensial bagi penelitian deskriptif kualitatif.

Tipe wawancara yang akan digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah wawancara terfokus, yaitu peneliti dapat menanyakan kepada narasumber tentang fakta yang terjadi dan opini mereka atas fenomena tersebut. Pada tipe wawancara ini, seorang narasumber dapat diwawancarai dalam waktu singkat dan pertanyaan seputar wawancara bersumber dari protokol atau draft wawancara yang

telah disiapkan sebelumnya.

Adapun narasumber yang akan diwawancarai oleh peneliti adalah Fajar selaku ketua pusat grup #IndonesiaTanpaJIL dan Aspian Noor selaku aktivis grup #IndonesiaTanpaJIL yang aktif pada *fan page* komunitas #IndonesiaTanpaJIL di Facebook.

b) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung di lapangan. Bukti dari hasil observasi seringkali akan bermanfaat untuk memberikan informasi tambahan dan memperkuat hasil pengumpulan data sebelumnya. Tipe observasi yang digunakan peneliti adalah observasi non partisipan, yaitu memposisikan peneliti sebagai pengamat dan tidak ikut berinteraksi di dalam grup Facebook #IndonesiaTanpaJIL (*out group*).

Observasi non partisipan pada penelitian deskriptif kualitatif dapat dilakukan melalui telepon atau Internet. Dalam hal ini, observasi yang akan dilakukan peneliti adalah dengan cara mengamati materi-materi yang terkandung pada *fan page* komunitas #IndonesiaTanpaJIL di Facebook.

6. Teknik Analisis Data

Pada tahap analisis data ini peneliti berfokus pada data-data yang telah diperoleh di lapangan. Setelah itu, kemudian data-data tersebut dihubungkan, direduksi dengan cara melakukan abstraksi, dan dikonfirmasi untuk memperoleh validitas data.

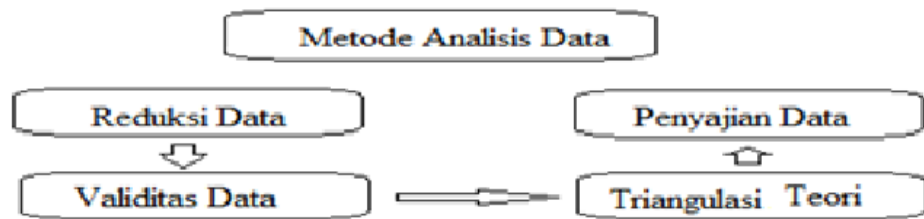
Sebagaimana yang dikemukakan oleh Patton (dalam Moleong, 2004 : 280), analisis data merupakan sebuah proses untuk mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar yang dibedakan dengan adanya penafsiran. Penafsiran disebut sebagai cara untuk memberikan arti yang signifikan terhadap hasil analisis dan untuk kemudian menjelaskan pola uraian serta mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian tersebut.

Dalam penelitian deskriptif kualitatif ini peneliti menggunakan strategi analisis data tipe *relying on theoretical proposition*, yaitu terlebih dahulu peneliti mempelajari dan memahami teori atau kondisi ideal, kemudian dengan teori itu peneliti memotret dan menganalisis fenomena yang terjadi. Teori-teori yang digunakan mempunyai fungsi untuk membentuk proposisi-proposisi yang bertujuan untuk mempertajam analisis atas objek yang diteliti.

7. Validitas Data

Validitas data merupakan sebuah konsep pengeneralisasian suatu penemuan yang berlaku dan diterapkan pada semua konteks populasi yang sama atas dasar data-data yang diperoleh di lapangan. Validitas data menjadi hal yang penting dalam penelitian ini karena dapat mewakili realitas atau gejala-gejala yang terjadi terkait objek yang diteliti. Untuk itu, sudah menjadi keharusan bahwa data yang diperoleh di lapangan harus sama dengan data yang akan ditulis (Moleong, 2004 : 324).

Langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan triangulasi data. Adapun bagan triangulasi data yang dimaksud adalah sebagai berikut :



Bagan 1. Triangulasi Teori (Moleong, 2004: 280&331)

Triangulasi data merupakan teknik pengecekan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain. Teknik triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi dengan teori. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Lincoln dan Guba (dalam Moleong, 2004 :331), triangulasi data teori dilakukan dengan cara didasarkan atas anggapan bahwa fakta tidak dapat dperiksa derajat kepercayaananya dengan satu atau lebih teori.